

Fiche Technique : enquête de satisfaction client télécom

Objectifs de la mission

- Réduire le churn et piloter la qualité de service par une écoute structurée, actionnable et robuste.
- Concevoir, déployer et industrialiser le dispositif d'enquête de satisfaction de bout en bout.
- Objectiver les indicateurs NPS, CSAT et CES avec un protocole scientifique stable et comparable dans le temps.
- Hiérarchiser les causes racines par parcours (souscription, installation, assistance, facturation) et traiter d'abord ce qui détruit le plus de valeur.
- Fournir une traçabilité documentaire aux audits internes/externes et crédibiliser les engagements SLA ainsi que les réponses aux appels d'offres B2B.
- Transformer les feedbacks clients en décisions opérationnelles rapides et en plans d'action chiffrés sur la rétention et les coûts de support.

Entreprises / profils concernés

- Opérateurs fixes, mobiles, FAI, MVNO et fournisseurs d'offres convergentes.
- Directions Qualité, Customer Experience, service client et pilotage QSE.
- Entreprises B2B (SOHO, PME, grands comptes) soumises à des SLA stricts et à des obligations contractuelles.
- Directions générales et directions commerciales cherchant à sécuriser la croissance et la lifetime value.
- Organisations en phase d'appel d'offres nécessitant des preuves tangibles et documentées d'écoute client.

Durée et format de la mission

Premiers résultats exploitables : généralement observables en 4 à 6 semaines, avec instruments validés, collecte pilote et quick wins identifiés.

Format	Durée type	Livrable et objectif
Sprint diagnostic	2 à 3 semaines	Blueprint d'enquête, audit des formats existants, schéma d'amélioration priorisé sur 90 jours.
Déploiement complet	8 à 12 semaines	Instruments validés, dashboards opérationnels, analyses thématiques et plan d'action priorisé.
Hybridation équipes	Selon périmètre	Montée en puissance partagée : vos équipes exploitent les verbatims, nous assurons l'architecture et la qualité méthodologique.
Amélioration continue	Recurrent / trimestriel	Recalage des quotas, révision des items, ajout de parcours et consolidation des gains dans la durée.

Méthodologie / déroulement de la mission

1. Diagnostic, périmètre et design expérimental

Cadrage des parcours prioritaires, points de vérité et contraintes data. Définition des strates clients, tailles d'échantillon et scénarios d'envoi pour éviter les biais.

2. Conception des instruments et scénarios multicanaux

Questionnaires et scripts (SMS, email, IVR, in-app) testés A/B. Déclencheurs alignés sur événements réels : portabilité, rendez-vous technicien, incident clos.

3. Collecte et assurance qualité des données

Orchestration des envois, contrôle des quotas et doublons. Respect de la représentativité par segment et offre. Conformité : minimisation, pseudonymisation et traçabilité documentaire.

4. Analyse avancée et restitution décisionnelle

Calcul des indicateurs NPS, CSAT, CES ; text mining et modélisation prédictive du churn. Dashboards métiers et analyses d'impact financier.

5. Gouvernance et passage à l'action

Mise en place du RACI par irritant, rituels de suivi et plan d'action priorisé. Intégration au pilotage QSE et réévaluation trimestrielle des priorités.